Inglés, internet y computación:

Poderosas herramientas para circular en la cultura transnacional[1]

Rocío Trinidad

El deseo de movilidad, las herramientas necesarias para hacerlo realidad, el interés que lo motiva, los argumentos usados y los conflictos producidos en la búsqueda de concreción de tal deseo son los temas de este trabajo. Arguyo que para circular física e imaginativamente en el contexto transnacional pluricultural se requiere de herramientas poderosas que faciliten la localización y el entendimiento. El manejo de internet y el conocimiento del inglés se presentan como las herramientas que facilitan la comunicación en la diversidad. Para las familias urbanas y rurales del Perú, la adquisición de las habilidades para usar esas herramientas es altamente valorada como complemento de la educación tradicional, basada en la lectura, escritura y aprendizaje del castellano. Por ello, en la búsqueda de mejores condiciones de vida para sus hijos y sus familias, los padres desean tener acceso, aunque sea simbólicamente, a esos bienes. El reconocimiento de las ventajas de internet por los padres de fa-

1 La idea de este trabajo nació como consecuencia de una investigación sobre proyectos educativos estatales, que buscaban la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en colegios de zonas rurales del Perú. No obstante, motivada por la alta demanda del inglés en el Perú y basada en mi propia experiencia en este trabajo, decidí explorar en forma diferente no solo la importancia de internet, sino también la del inglés, como herramientas necesarias para movilizarse en un contexto transnacional.

milia sirve al Estado para vender, con fines clientelistas, proyectos educativos que prometen modernidad y progreso. Adicionalmente, mientras los padres demandan una educación completamente en castellano y con la inclusión de clases de inglés, algunas organizaciones no gubernamentales (ONG) promueven la educación quechua-castellano a través del discurso de la identidad cultural, en algunos casos para justificar su propia existencia y así mantener sus fuentes de financiamiento.

Pero ¿cómo se construyen esas fantasías en torno al poder del inglés y de internet? ¿Son ambas formas de comunicación universales? ¿Facilitan la fluidez sin fricción? ¿Están el castellano y el quechua –especialmente este último– destinados a desaparecer progresivamente frente a la hegemonía del inglés? ¿Son la modernidad y el progreso compatibles con el mantenimiento de la identidad cultural? ¿Cuál es el significado de la identidad cultural en el contexto transnacional? ¿Puede la demanda por la adquisición de esas herramientas ser interpretada como una expresión de un deseo de poder? Es decir, ¿puede tal demanda, antes de verse simplemente como la reproducción de una relación de dominación, ser vista como un deseo de subvertir la relación dominante-dominado a través del aprendizaje de las armas del poder?[2]

Tales son las preguntas que guían este trabajo, en cuya primera parte presentaré el discurso de la publicidad que contribuye a construir imaginarios ligados a la necesidad de aprender inglés y utilizar internet. En la segunda parte abordaré las motivaciones para buscar completar el conocimiento tradicional con nuevas herramientas de valor agregado, como el inglés e internet. En la tercera parte veremos cómo los sueños y aspiraciones de los pobladores urbanos y rurales están en el mercado, moviéndose entre la oferta y la demanda. Finalmente, en la última parte presentaré mis reflexiones sobre la fluidez, con fricción pero también con hibridez, entendida como una herramienta de subversión y de resistencia.

El discurso de la publicidad y la construcción de imaginarios

La comunicación abarca todo aquello que nos permite entrar en contacto con otros seres. En esta nueva era, dos medios de comunicación irrumpen en

2 Estoy usando la expresión *las armas del poder* parafraseando el trabajo de James Scott "Weapons of the Waek" (1985). Busco enfatizar el interés por el poder y la adquisición de sus armas. Los que carecen de ellas (*powerless*) las desean para dejar de ser débiles, mientras que los poderosos (*powerful*) quieren mantener el monopolio de esas armas para continuar sus relaciones de dominación.

la vida cotidiana con fuerza: internet y el idioma inglés. A través de internet podemos realizar infinidad de actividades, pagar servicios, escuchar nuestros programas favoritos desde cualquier lugar del mundo, ver y oír a nuestros interlocutores vía servicios como el *messenger*, bajar libros enteros para nuestras clases. Mediante el manejo del idioma inglés podemos tener acceso a información y conocimiento actualizado en nuestro campo de trabajo, acceder a los avances de nuestra serie favorita, leer todo tipo de instrucciones, cómo ensamblar una aspiradora o programar el iPod. En apariencia, estamos frente a dos formas de promover una especie de diálogo universal, sin fronteras y sin limitaciones. No obstante, mantenernos en el embelesamiento por su potencialidad prometida es un riesgo, el que debemos afrontar con reflexión y cuestionamiento. Algunos *spots* publicitarios emitidos por la televisión peruana me ayudarán a plantear el problema. En ellos, los productos ofertados –inglés e internet, sea por intereses públicos o privados– se presentan como los medios que permiten movilidad social y económica y como las habilidades que se requieren para acceder al progreso y ser moderno. Los discursos de tal publicidad contribuyen a construir un imaginario asociado a la potencialidad del inglés y de internet como instrumentos de comunicación necesarios en el contexto de la globalización, como veremos en los párrafos siguientes, al ocuparnos de algunos ejemplos.

En un *spot* de televisión, cuyo objeto promocionado cayó en el olvido, pero quedó en la memoria como "el comercial del Yungay", se presentaba un diálogo entre dos jóvenes. Ella era una turista rubia, delgada, blanca –una "gringa"– y él un guardia de seguridad, popularmente conocido como "guachimán", peruano, probablemente provinciano, bajo, delgado, de pelo negro y piel cobriza,[3] un "cholo". Ella le decía, mirándolo a los ojos y con voz suave: "I want to take you to my country to be your slave... I wish you, guy"; él, muy extrañado, no comprendía lo que ella decía, pues desconocía el idioma. Entonces, en base a una asociación fonética entre 'you, guy' y 'Yungay' (nombre de una céntrica calle limeña), respondió: "¿Yungay?, ¿Yungay?... ¡ahhh, Yungay!", indicando a la mujer, con señas, cómo llegar a la mencionada calle. Lección del comercial: para no ser "yungay", para no ser tonto, para no perder una "gringa" –alternativa legal y pasaporte para emigrar y alcanzar el sueño americano– debes aprender inglés.

En un *spot* radial transmitido por Radio Programas se presentaba un diálogo entre un niño y su abuela. En la

3 Utilizamos intencionalmente el tema del color de la piel para contrastar ambos personajes.

conversación, el niño utilizaba con mucha facilidad los anglicismos *scooter*, *brownie,* entre otros. La abuela, desconcertada, respondía a su nieto que no entendía nada, "ni jota", ante lo cual el pequeño soltaba un enorme y sorprendido "¿¡Qué!?", que puede ser interpretado como: no puede ser que no entiendas algo que es tan obvio para mí. Es el encuentro de dos generaciones que se tratan de comunicar, pero no se entienden. ¿Qué es lo que hace imposible la comunicación? Pues la utilización de los anglicismos que el niño ha incorporado en su lenguaje cotidiano.

Así, pues, de acuerdo con este mensaje, para no ser de otra era, para ser moderno, para estar *in*, para ser ciudadano del mundo (cosmopolita), hay que dominar el inglés. Y eso es justo de lo que trataba el *spot*, de una academia de idiomas.

En uno de los tantos comerciales que la empresa Telefónica del Perú emite para promocionar sus servicios hay dos que promueven sus servicios de internet: Speedy (conexión a internet) y Cablenet (internet por cable). Uno de los escenarios del comercial de Speedy es Chiquián, capital de la provincia de Bolognesi, en Ancash. En él se hace referencia a los beneficios que había generado en la localidad y sus habitantes la apertura de una cabina de internet.

En otro de los comerciales, donde se ofrece el servicio de Cablenet, se ve a un grupo de niños y niñas haciendo cola para dejar en el pupitre de la profesora su tarea hecha. De pronto llega un greñudo niño cavernícola, vestido con una piel de animal, que en lugar de dejar su cuaderno pone ante la maestra una piedra, en la que había cincelado su tarea. Es decir, si no quieres quedarte en la época de las cavernas, si quieres ingresar a la civilización, entonces instala internet en tu casa, ahí está toda la información, actualizada. En la escena siguiente aparece el mismo niño, ya "civilizado", navegando en la red, con gran felicidad y entusiasmo, en compañía de su padre.

Tener internet en casa requiere cumplir requisitos como contar con una computadora personal y telefonía fija. Existen opciones como las cabinas públicas, un medio generalizado y barato en el Perú, y últimamente los proyectos estatales que buscan promover el uso de internet en la escuela pública.

Precisamente, para promocionar estos últimos, buscando réditos políticos, el gobierno invierte recursos, transmitiendo imágenes de niñas tradicionalmente vestidas, utilizando modernas computadoras.

Se elaboran notas de prensa describiendo colegios ubicados en zonas altoandinas y equipados con antenas

parabólicas, computadoras y acceso a internet. Y se construyen páginas Web para difundir virtualmente sus logros tecnológicos.[4]

En consecuencia, el sueño americano, la modernidad, la civilización y la tecnología[5] se presentan como productos por consumir, y el inglés e internet como una inversión para conseguirlos. Pero ¿quiénes pueden invertir ahora en ambos? ¿Quiénes pueden adquirir una computadora personal? ¿Quiénes pueden tener acceso a clases de inglés y a internet en su colegio? ¿Quiénes en su casa? ¿Quiénes en un instituto privado? ¿Quiénes en una cabina pública? ¿Cuántas horas, a qué precio y de qué calidad? Ciertamente, no todos estamos en la red ni tampoco todos hablamos inglés; la existencia de una brecha digital y una brecha idiomática es evidente. Brechas que se acentúan por las distancias geográficas, de género, por las diferencias étnicas, generacionales y económicas. Pero a pesar de ello, el deseo de estar conectado y manejar una lengua franca, además de la motivación por experimentar el fuera y no solo de imaginárselo, permanece.

Cabe entonces preguntarse si este imperioso deseo es solo un producto directo de la publicidad privada y manipulación estatal, o puede ser interpretado también como una respuesta estratégica al nuevo contexto, una necesidad de adaptarse para sobrevivir, una resistencia consciente a no dejarse avasallar por las condiciones limitantes de la estructura; finalmente, como la opción de la agencia por la fluidez en medio de la fricción. Creo que no es la propaganda por sí misma la creadora de imaginarios, pero también reconozco el poder que tienen las imágenes y los sonidos para crear el sentido de modernidad. Como Appadurai afirma, la primera experiencia de la modernidad es siempre "sinestésica" y "preteórica".[6] Sin embargo, afirmo que el mensaje de los comerciales engancha con un imaginario preexistente sobre

4 TRINIDAD, Rocío. *Entre la ilusión y la realidad. Las nuevas tecnologías en dos proyectos educativos del Estado*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2004.

5 El interés por la tecnología es tan grande que no extraña la efectividad del eslogan "honestidad, tecnología y trabajo" de la campaña de Alberto Fujimori en 1990. La tecnología, asociada al origen japonés del candidato, fue un argumento que caló en el imaginario popular, pues se relacionó con modernidad y progreso.

6 La Real Academia Española define sinestesia (en su segunda acepción) como "imagen o sensación subjetiva, propia de un sentido, determinada por otra sensación que afecta a un sentido diferente." La experiencia de la modernidad de Appadurai fue "sinestésica" y "pre-teórica"; él reconoce el poder de lo visual en la definición de su idea sobre la modernidad: "Descubrí la imagen y el aroma de la modernidad leyendo *Life* y catálogos de colegios universitarios estadounidenses en la biblioteca del Servicio de Información de los Estados Unidos, yendo al Cine Eros …". APPADURAI, Arjun. *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minnesotta: University of Minnesota Press, 2003, p. 1.

los beneficios de la tecnología, muchas veces exagerados, pero sobre todo con una decepción real por el sistema educativo. Por esas razones, los padres de familia se ven motivados a complementar conocimientos tradicionales con herramientas poderosas y de valor agregado.

Habilidades y conocimientos con valor agregado

Los cambios generan necesidades y estas, a su vez, innovaciones para satisfacerlas, pero también conflictos de intereses y decepciones. El manejo de la lectura y la escritura, el conocimiento del castellano y el acceso a la escuela, que en otro momento fueron las grandes aspiraciones de los pobladores de las zonas rurales peruanas y los instrumentos necesarios para migrar y para ser capaces de introducirse con mayores ventajas en el campo laboral nacional, no han producido el resultado esperado y han devenido en insuficientes. En el actual contexto de la aceleración de las comunicaciones, movilización de personas y circulación de bienes a gran escala, se requieren nuevos conocimientos, habilidades y herramientas. En consecuencia, el dominio del inglés, el acceso a internet y el manejo de computadoras se presentan como medios altamente poderosos y herramientas universales para movilizarse en el circuito mundial, no solo para los pobladores rurales, sino también para los urbanos.

De acuerdo con la literatura clásica sobre educación en el Perú, en las zonas rurales peruanas, de la resistencia inicial de los niños y sus padres a la escuela por el miedo a que su 'identidad andina' sea devorada[7] se dio paso a la imagen de la escuela como un medio deseado para acceder a la modernidad y al progreso.[8] Esto dio lugar a la construcción del llamado *mito contemporáneo de la escuela,*[9] que explicaba que el ser quechuas y desconocer la escritura y la lectura constituían una vida "en la noche", en la oscuridad, y que para ir hacia la luz, "para despertar, abrir los ojos", era necesario "saber leer e ir a la escuela". El prestigio ligado a los espacios educativos, en las zonas rurales, incluso llevó a la identificación de la falta de educación con la ceguera. Así, por ejemplo, el término quechua *ñawiyoq,*

7 ORTIZ, Alejandro. "¿Por qué los niños no van a la escuela?" *Educación*. Año II, núm 7. La Revista del Maestro Peruano. Lima: Ministerio de Educación, 1971, pp. 50-56.

8 ANSIÓN, Juan. "La escuela asustaniños o la cultura andina ante el saber de Occidente". *Páginas*. Vol. XI, núm. 79. Lima: Centro de Estudios y Publicaciones (CEP), 1986, pp. 8-13; "La escuela como trampolín hacia fuera, dentro de una estrategia familiar de largo plazo", en MONTERO, Carmen (comp.). *La escuela rural. Variaciones de un tema*. Lima: FAO, 1990, pp. 353-361.

9 MONTOYA, Rodrigo. *Capitalismo y no-capitalismo en el Perú (un estudio histórico de su articulación en un eje regional)*. Lima: Mosca Azul Editores, 1980.

que significa "los que tienen ojos", se aplicaba a quienes habían obtenido acceso a la educación: "para que dejaran de ir a tientas por el mundo y encontraran vías de acceso en una sociedad compleja y discriminadora". La palabra de los jóvenes educados era valorada porque ellos eran *ñawiyoq*, veían cosas que los padres, "ignorantes", tal vez no habían advertido...".[10] Y es que con la educación, la persona no solo "ve", sino también "sale del engaño".[11]

No obstante, los espacios y los agentes educativos no han cumplido eficientemente con el objetivo de brindar conocimientos y habilidades para conducir hacia la modernidad y progreso. Así, gradualmente se amplió la cobertura educativa, pero ello no fue acompañado del correspondiente mejoramiento de la calidad educativa, ni tampoco de un incremento de la inversión pública en educación. El presupuesto asignado para el sector educación para el año 2005 fue de 3,8 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) y para el año 2006 será de 3,5 por ciento. Este decrecimiento[12] está lejos del anual incremento de 0,25 por ciento pactado en el Acuerdo Nacional. Actualmente, la mayoría de los colegios públicos se encuentran en mal estado y sus profesores tienen bajos salarios y bajos niveles académicos. El profesor, idealmente, debe ir a todos los rincones del país para expandir las fronteras del saber y representar al Estado, contribuyendo a la formación del sentido de nación como una comunidad imaginaria a través de la enseñanza de rituales y símbolos;[13] sin embargo, aun yendo donde lo envían, no todos permanecen siempre ahí, hecho que ha motivado el apelativo de *profesor de miércoles,* porque llegan el lunes, trabajan el martes y se van el miércoles.[14] Así, de acuerdo con información de Unicef, a pesar de que el currículo oficial de los colegios perua-

10 DEGREGORI, Carlos Iván. "Cosechando tempestades. Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso en Ayacucho". *Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso.* Lima: Instituto de Estudios Peruanos y Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, 1996, p. 192; "Educación y mundo andino", en ZÚÑIGA, Madeleine; POZZI-SCOTT, Inés y Luis Enrique LÓPEZ (eds.). *Educación bilingüe intercultural. Reflexiones y desafíos.* Lima: Fomciencias, 1991, p. 397 [en línea]. <http://www.cholonautas. edu.pe/ odulo/upload/cid2.pdf>.

11 DEGREGORI, Carlos Iván. "Qué difícil es ser Dios", en BONILLA, Heraclio (comp.). *Perú en el fin del milenio.* México DF: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994, p. 123.

12 http://www.transparencia.org.pe/coalicion/boletin20.html
http://www.foroeducativo.org.pe/comunicaciones/alerta/199/notas.htm

13 ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1993.

14 TRINIDAD, Rocío. "Los conflictos en el espacio escolar: Representaciones mediáticas y percepciones de los implicados". *Para comprender la escuela pública desde sus crisis y posibilidades.* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2004, p. 243.

nos requiere de 900 horas efectivas por año, se provee menos de 500 horas anuales y en las escuelas rurales alrededor de 300 horas.[15] Por otro lado, los profesores, como representantes del Estado, muchas veces no han sido funcionales a este, antes bien han sido canales privilegiados por grupos como Sendero Luminoso para la transmisión de discursos antisistema.[16]

A pesar de lo mencionado, aún se mantiene la esperanza en la educación como espacio de conocimiento y el prestigio ligado a sus agentes, como intelectuales locales. Pero como consecuencia de que su eficacia y calidad están bajo sospecha, su desempeño está sujeto a vigilancia, control y crítica por los usuarios del servicio, quienes están además en la búsqueda de nuevas alternativas a la difícil situación. Justamente, en las zonas rurales los alumnos y sus padres, a través de los tradicionales medios a los que tienen acceso, la radio y la televisión, han adquirido información acerca de otras herramientas de comunicación más poderosas, como internet, las computadoras y el inglés. No quieren quedarse en desventaja y buscan incluirse en el mundo, ya no solo imaginariamente, sino que quieren que su ilusión se haga realidad en su práctica cotidiana. Es así como desean pasar de la posibilidad de ver (por medio de la televisión), escuchar (por medio de la radio) y leer (a través de medios escritos) sobre otros países y personas, a contactarse directamente con ellos usando no solo el castellano sino también el inglés, para adquirir conocimientos y experiencia, lo que implica a su vez conseguir una cuota de poder, para ser diferentes, para ser modernos y para progresar. Como resultado, los proyectos educativos estatales que buscan la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el campo educativo, aún con todos sus problemas administrativos, pedagógicos y logísticos, representan para ellos una instrumentalización simbólica, altamente valorada.[17]

En el actual contexto, los niños ya no abren sus ojos, sus oídos y su mente solo mediante su acceso a la educación, sino también mediante el uso de los medios: desde los tradicionales como la televisión y la radio[18] hasta los

15 Programa de Cooperación Perú-Unicef 2001-2005. Programa Iniciativas Locales para la Inclusión Social <http://www.unicef.org/peru/ inic3_es.html>.

16 WILSON, Fiona. “Una historia interrumpida: Escuelas y maestros en el Perú”, en WILSON, Fiona (ed.). *Violencia y espacio social: Estudios sobre conflicto y recuperación.* Lima: Universidad Nacional del Centro 1999; Comisión de la Verdad y Reconciliación. *Informe final*, 2003 [en línea]. <http.//www.cverdad.ong.pe/ifinal/index/php>.

17 TRINIDAD, Rocío. *Entre la ilusión y la realidad. Las nuevas tecnologías en dos proyectos educativos del Estado*. Op. cit.

18 TRINIDAD, Rocío. *¿Qué aprenden los niños del campo con la televisión? Globalización, socialización y aprendizaje*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2002.

nuevos, como internet. Si la educación sigue consistiendo en tener cabeza para pensar, ojos para ver y leer y boca para expresarse, por extensión, los medios también proporcionan boca para hablar mejor, ojos para ver más allá de lo que sucede en la esfera local y cabeza para conocer y, sobre todo, saber y adquirir conocimientos de la modernidad y el progreso. Los conocimientos a los que se accede a través de la educación tradicional acaban por ser insuficientes, se requiere que esta tenga valor agregado, por medio de la tecnología de la información y comunicación. En la actualidad, el tránsito del mundo de la noche (la ignorancia) al mundo del día (el conocimiento) es posible no solo por la educación, sino por la introducción de los medios y los idiomas en el proceso educativo. En igual sentido, el acceso al progreso también implica tener conocimiento sobre cómo utilizarlos.

Actualmente, para dejar de ser ciegos no es suficiente con ser educados en un esquema tradicional, sino educados en el mundo de los medios, solo así se llegará a ser *ñawiyoq* de la era global y se dejará de ir a tientas en un contexto transnacional.

En las zonas urbanas también se expresa la demanda por una educación que incorpore el inglés, internet y el uso de computadoras (*computer literacy*) en todo nivel, básico, medio y superior. Ello genera que en las ciudades intermedias, como Ayacucho por ejemplo, se oferten hábilmente esos servicios utilizando estrategias de *marketing* dirigidas al público local. Así, a través de las radios ayacuchanas se presenta publicidad de centros educativos que prometen transformar a niños y jóvenes a través de la alfabetización tecnológica en expertos conocedores de la computación, la navegación por internet y el dominio del inglés.[19] Los colegios que tienen páginas web publicitan a través de ellas sus servicios. Así, por ejemplo, el colegio preuniversitario San Ignacio de Loyola dice desarrollar "constantes innovaciones tecnológicas, como el uso permanente de internet y cable, mediante nuestro circuito electrónico con terminales en cada aula y nuestro laboratorio de cómputo".[20] Por su parte, el colegio privado Federico Froebel, al describir las actividades que realiza en el nivel inicial dice: "Damos las bases de la educación en inglés, informática y música, familiarizando al niño con *hardware*, *software,* instrumentos musicales…".[21] Esta frase está acompañada

19 Como *Ciberkids* y *Cibernet*, ambos colegios ayacuchanos privados de educación inicial y secundaria respectivamente.

20 <http://www.iesanignaciodeloyola.com/>.

21 <http://www.froebel.edu.pe/conte01.htm>.

por una imagen animada de un niño blanco, rubio, muy concentrado frente a una pantalla de computadora. Esta imagen contrasta con la foto, que se encuentra en la misma página, donde se observa un grupo de niños y niñas mestizos vistiendo trajes tradicionales. ¿Cómo puede ser interpretada esta imagen en un contexto racista como el peruano, y específicamente en el ayacuchano? Los niños blancos usan internet, entonces si quieres que tu hijo tenga las habilidades de un niño blanco (como sinónimo de prestigio y poder e internet como herramienta poderosa) matricúlalo en este colegio, cuanto más pronto, mejor.

Incorporar computadoras y acceso a Internet en los colegios no es suficiente para mejorar la calidad educativa y alcanzar la modernidad deseada. Es solo un paso que resultará significativo únicamente si a través de ellos se propicia una comunicación efectiva. Lamentablemente, los discursos de los proyectos estatales han llevado a la población a confundir "calidad con artefacto, entendido como un símbolo condensador de modernidad, cuando no es más que un elemento de modernización".[22] Asimismo, establecer horas de inglés para aprender solo vocabulario y estructuras gramaticales, mas no propiciar formas de comunicación efectiva a través del uso del nuevo idioma es totalmente ilusorio. Sin embargo, para la gente que no tiene nada más que perder, sino mucho que ganar con muy poco, el conocimiento, por insignificante que parezca, es muy importante. Por ejemplo, el conocimiento de las partes de una computadora, el tener una idea de segunda mano de la potencialidad de internet y creer en ella aún sin haberla experimentado, así como manejar algunas palabras de un idioma como el inglés, son conocimientos altamente valorados y pueden marcar la diferencia con los que no saben nada sobre las armas del poder.

El mercado de los sueños, entre la oferta y la demanda

Las necesidades/aspiraciones, sobre todo de los pobladores de las zonas rurales, son interpretadas como oportunidad y como crisis por el Estado y las organizaciones no gubernamentales (ONG), respectivamente. Pero también hay quienes –como las empresas proveedoras de computadoras y prestadoras de servicios de internet, de enseñanza de inglés y computación– aprovechan la alta demanda para hacer negocios con grandes dividendos. El Estado, con intenciones manipulatorias sustentadas en políticas populistas a fin de ganar clientela política, promueve proyectos para "mejorar" la calidad educativa del sector rural a través de la introduc-

22 Casaus, 1992, citado por TRINIDAD, Rocío. *Entre la ilusión y la realidad. Las nuevas tecnologías en dos proyectos educativos del Estado.* Op. cit.

ción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación e interconectar virtualmente a la comunidad educativa de la nación, como ya hemos visto líneas arriba. Por su parte, algunas organizaciones no gubernamentales, con intenciones esencialistas sustentadas en el argumento de la identidad cultural, pero basadas en el interés de mantener su propio financiamiento, promueven la continuación de la educación bilingüe a ultranza.

Sin embargo, como ha mostrado María Elena García,[23] las familias de las zonas rurales tienen agendas propias y por ello no todas aceptan la propuesta de la educación intercultural, antes bien, muchas se resisten a las iniciativas de educación bilingüe intercultural propuesta por el Estado y las organizaciones no gubernamentales. La reacción de las familias rurales cuestiona directamente los proyectos que manejan definiciones restringidas sobre identidad-cultural y que buscan que la tradición, sin renovación, se mantenga. La tradición en renovación, que no es igual a destrucción, no es evidente a los ojos de quienes miran en plano y no en perspectiva, como tampoco lo es la redefinición de las identidades. La identidad no está determinada por la cultura, sino que se construye en la interacción, por ello está en redefinición constante. La mirada sin dimensión es la que propone el rescate de las tradiciones e identidades culturales, basada en nostalgias esencialistas. Sin embargo, el aceleramiento y la apertura, reconocida como evidente en el contexto transnacional, es algo que se inicia ya desde los espacios locales, pero que muchas veces se desconoce o se busca desconocer intencionalmente.

En consecuencia, no obstante las intenciones de mantener la educación bilingüe, existe una alta valoración del castellano entre los pobladores que no lo manejan. Así, se pueden encontrar lugares donde se contratan solo profesoras hispanohablantes para enseñar en escuelas donde los niños son monolingües quechua/aymara. Ese es el caso que Luis Enrique López[24] encontró en Huancané, provincia del departamento sureño de Puno. De acuerdo con el autor, en aquella época, de cada 10 habitantes, solo uno era monolingüe hispanohablante, el resto eran hablantes de quechua y aymara. Sin embargo, en el colegio de la localidad una profesora arequipeña hispanohablante era la encargada de enseñar los primeros grados, decisión basada en que ‘tener una maestra que no supiera aymara obligaría a los niños a hablar

23 GARCÍA, María Elena. *Making indigenous citizens: identities, and multicultural development in Peru.* Stanford: Stanford University Press, 2005, p. 3.

24 LÓPEZ, Luis Enrique. “Tengo una muñeca vestida de azul. KUS UKA SINURITA PARLPACHAXA?”. *Autoeducacion* 10-11. Revista de educación popular. Lima, mayo-septiembre de 1984, pp. 45-50.

castellano'. La descripción etnográfica que hace López de la forma en que la profesora enseñaba el castellano a los niños monolingües nos da la imagen de lo trágico que les resultaba. Este hecho llama la atención, dado que en Puno la educación bilingüe se venía aplicando desde 1980 a través del Proyecto Experimental de Educación Bilingüe, por convenio entre el Perú y la República Federal de Alemania.[25] Esto nos lleva a preguntarnos: ¿Por qué es importante contratar/invertir en una profesora hispanohablante en un contexto monolingüe? ¿Y por qué le interesa a una organización alemana apoyar el mantenimiento de la educación bilingüe? ¿Qué es lo que buscan los padres de familia al poner a sus hijos en manos de una profesora que no conoce su lengua materna? ¿Qué razones poderosas empujan a optar por una educación con dolor y sufrimiento? Considero que conocer las armas del poder es el objetivo, el cual tiene larga data si ponemos un par de ejemplos acaecidos durante la Conquista y la Colonia.

El primero es el encuentro entre el inca Atahualpa y el padre Valverde. El sacerdote le entrega al inca una Biblia y le dice que "ahí esta la palabra de Dios"; el inca se lleva el objeto al oído y al no escuchar sonido alguno arroja *la palabra* al suelo. Acto seguido, Valverde grita: "cristianos, venganza… los sacramentos hollados" y se da paso a la captura del inca. Este hecho lleva a decir a Degregori[26] que "el trauma de la conquista es también un trauma lingüístico… la lengua castellana, la lectura y escritura (El Libro) fueron percibidas por las poblaciones andinas como instrumento de engaño y dominación". El segundo hecho es relatado por el Inca Garcilaso de la Vega, quien cuenta que un conquistador le envió a un amigo de Lima unos melones de su primera cosecha en su huerto de Pachacámac. El dueño de los melones les entrega a los indios una carta y les dice que no se coman ninguno, pues la carta los delataría. En el trayecto, los indios no soportan la tentación y comen un par de melones, no sin antes poner la carta tras unas piedras para que no los vea. Al llegar a su destino, entregan los melones y el destinatario lee la carta, enterándose así que los portadores habían comido algunos de los frutos. En este cuento, "la palabra escrita… constituye la materialización del poder".[27] Tiempo después Ricardo Palma, en sus *Tradiciones peruanas*, señaló que ese era el origen de la frase "carta canta", la cual ha devenido en la

25 Ibídem, p. 384.

26 DEGREGORI, Carlos Iván. "Educación y mundo andino", en ZÚÑIGA, Madeleine; POZZI-SCOTT, Inés y Luis Enrique LÓPEZ (eds.). *Educación bilingüe intercultural. Reflexiones y desafíos,* 1991. Op. cit., pp. 13-16.

27 Ibídem.

popular y muy contemporánea "papelito manda".

Siglos han pasado desde la Conquista y la Colonia hasta nuestros días. Tiempo suficiente como para ya no querer ser más engañados y para no querer ser más dominados. Antes bien, para tener la posibilidad de manejar las armas del poder: la lectura y la escritura dan la posibilidad de engañar y dominar. Pero para ello se requiere de su aprendizaje, y como todo aprendizaje es un rito de pasaje, implica separación, transformación e integración. El tránsito de un estado a otro implica dolor para renacer en uno nuevo, manejando habilidades diferentes para circular más allá del contexto local. En el caso relatado por López se observa cómo el aprendizaje del castellano, con sufrimiento, es el medio para dejar de ser monolingüe. Tomando en cuenta la discriminación existente en el Perú, el hablar correctamente el castellano, para disimular el acento serrano o *mote,* es un logro por alcanzar, pues ello, aunado a un marcador étnico, resulta un estigma que se quiere eliminar para no ser considerado como *cholo*.[28]

Pero desde el relato de Luis Enrique López han pasado más de 20 años. Muchas cosas han cambiado, nuevas se han hecho presentes y otras se han agudizado. Ahora, no solo se sigue hablando de *papelito manda* sino que se dice también y con contundencia *videito manda,* la carta ya no es la única que delata.[29] Otros medios se han hecho presentes, como las computadoras e internet. El aprendiza-

28 La aparición de programas (*Más chola que nunca* de América Televisión), teleseries (*Dina Páucar, la lucha por un sueño* de Frecuencia Latina), spots publicitarios (Magia Blanca) hace pensar que lo cholo podría estar siendo reivindicado, pero también es algo que se puede interpretar como una utilización estratégica para vender productos al reconocerlos como consumidores potenciales. Justamente, en el reportaje de televisión "¿Qué significa lo cholo?" de Fernando Díaz, de *Panorama* (Panamericana Televisión, 2005) el periodista culminaba con la idea de que la palabra cholo, debido a la alta diversidad existente, ha pasado de ser usada como insulto a ser empleada como expresión de afecto. Sin embargo, esto debe tomarse con cuidado, frases comunes como "todos los peruanos somos cholos" y "yo soy peruano y soy cholo", aun no son fáciles de afirmar por sectores de la población. Como el mismo reportaje mostraba, a muchos de los entrevistados les costaba autoclasificarse como cholos. Es así que no todos entonarían a satisfacción el *Cholo soy y no me compadezcas* de Luis Abanto Morales. En tal sentido, el término cholo como marcador étnico aún resulta un estigma que busca ser eliminado; a pesar de parecer estar de moda, es más bien un gancho comercial. Sin embargo, y enfocándonos en la capacidad de agencia, también proyecta una imagen de progreso y éxito que puede ser impulso para la movilidad social y económica.

29 Como sabemos, Vladimiro Montesinos, el asesor del entonces presidente Alberto Fujimori, grababa en video todos sus actos de soborno. En la época de la transición democrática se acuñó la frase *videito manda*, pues nada más contundente que un video para demostrar fehacientemente la corrupción del régimen fujimorista.

je del inglés está en el centro de la oferta y la demanda. Los peruanos siguen migrando con tanta intensidad que hay dos millones de ellos fuera del país –la mitad de los cuales aproximadamente viven en Estados Unidos– y cuyas remesas superan ya el 2 por ciento del PBI nacional.[30] En este contexto, la atención no está centrada solo en ser bilingüe quechua/aymara-hispanohablante, sino en la posibilidad de ser trilingüe, quechua/aymara-hispanohablante-angloparlante. ¿Por qué? Pues porque la idea no es únicamente migrar de las zonas rurales a las ciudades intermedias sino de estas a la capital de la República y de ahí a cumplir el sueño americano.

El sueño americano también se rige por las reglas del mercado. Así, la oferta por conseguirlo implica la demanda de las nuevas habilidades: hablar inglés, manejar internet y computadoras, para poder hacerse entender y acceder a algún trabajo. En consecuencia, las familias buscan colegios donde sus hijos puedan aprender a usar tales herramientas, los colegios buscan a su vez docentes que estén capacitados para enseñarlas; y los futuros docentes instituciones donde aprenderlas. La presión de la demanda ha hecho que las instituciones formadoras de futuros docentes amplíen las especialidades que ofrecen e inviertan en su infraestructura. Por ejemplo, los institutos superiores pedagógicos (ISP) de provincia ya están equipados con centros de cómputo e incluso algunos, como el ISP Huancavelica, que cuenta con la especialización de educación bilingüe intercultural, ha creado una nueva especialidad que incluye el inglés y la computación. Pero la oferta y demanda del inglés no termina en las tierras donde los emigrantes parten, sino que continúa en la tierra donde ellos llegan. Basta sintonizar las cadenas latinas en los Estados Unidos de Norteamérica como Univisión y Telefutura para observar cómo se promocionan cursos de inglés para niños, pero en mayor medida para adultos, así como también cursos de computación. La publicidad de la web del curso Computación sin Barreras[31] se presenta como el medio para "ingresar en forma fácil y rápida al mundo de la computación, para que esta no se transforme en una barrera"; y el curso de Inglés sin Barreras[32] es presentado en su publicidad como "el único curso y recurso para hablar inglés", y promete, como su nombre lo indica, romper metafóricamente las barreras, los límites,

30 MORÓN, Eduardo. *El Perú y los peruanos frente a la globalización*. Lima: Universidad del Pacífico, 2005. [en línea]. <http://www.docentes.up. edu.pe/EMoron/peru_glob.pdf>.

31 <http://www.computacionsinbarreras.com/>.

32 <http://www.inglessinbarreras.com/>.

las fronteras para poder fluir dentro del campo laboral y económico.[33] Pero la construcción de imaginarios sobre la fluidez se ve frenada por escenarios reales de fricción, aunque también de hibridez.

Fluidez, fricción; pero también hibridez

Ciertamente, los medios de comunicación representan la cultura en circulación. A través de ellos se observa que existe algo mayor que la esfera pública: la esfera pública transnacional. Pero esta es "difícilmente pública", pues las representaciones que circulan por ella son controladas por un grupo de corporaciones multinacionales.[34] En el caso del Perú, por ejemplo, la publicidad sobre internet está controlada por Telefónica del Perú, que en realidad es una multinacional española y, en el caso del inglés, representada por dos de sus centros más importantes de enseñanza, que sin ser multinacionales representan a los países de Gran Bretaña y Estados Unidos. Coincidentemente, España e Inglaterra fueron grandes potencias europeas imperialistas del siglo XVIII y Estados Unidos la gran potencia imperial del siglo XX. El imperialismo ha cedido paso al imperio, cuyo alcance es supranacional y cuyo objetivo es, según Hart y Negri, el "dominio de la vida social en su totalidad", en tal sentido, actúa como una forma de "biopoder".[35] Sin embargo, a pesar de estas poderosas y al parecer omnipresentes fuerzas, la agencia de los consumidores no desaparece, sino que permite reinterpretar y usar con creatividad las representaciones del poder según su conveniencia y de acuerdo a sus posibilidades. ¿Pero acaso esta reacción es una simple reproducción de los mensajes del centro? No, renovarse es una salida para no estar en desventaja, pues esta es una experiencia que las poblaciones rurales han experimentado desde siempre, pero que muchas no quieren seguir experimentando. Así, si el quechua no es suficiente, entonces el castellano lo será y si este no lo es, entonces aprenderán

---

33 El curso *Inglés sin Barreras* es el que Flor, una inmigrante mejicana en Los Ángeles, protagonista de la película *Spanglish* (James Brooks, 2004) utilizó para aprender inglés, entender el *american way of life*, y desempeñarse como asistenta del hogar en la casa de la norteamericana familia Clasky. [en línea]. <http://www.spanglishmovie.com/>.

34 GUPTA, Akhil y James FERGUSON. "Beyond 'Culture': Space, Identity, and the Politics of Difference", en GUPTA, Akhil y James FERGUSON (eds.). *Culture, power, place: explorations in critical anthropology.* Durham, N.C.: Duke University Press, 1997.

35 HARDT, Michael y Antonio NEGRI. *Imperio.* Buenos Aires: Paidós, 2002, p. 14.

el inglés. Si en las propagandas el inglés y el manejo de internet aparecen como herramientas importantes para circular, se asume como un reto el aprenderlas y adquirirlas. Para ello se crean sistemas de cabinas públicas y aparecen academias de inglés de diferente calidad y precio, y se piratean programas de cómputo y cursos de inglés.

No obstante, autores como Tsing (2005) y Gupta y Ferguson (1997) se preocupan por el riesgo que produce celebrar la fluidez y la agencia de los consumidores. Específicamente, Tsing busca evitar la celebración de capacidad de la autonomía cultural para transformar el mandato imperial, antes bien, ella se centra en las fricciones que producen los encuentros.[36] Por su parte, Gupta y Ferguson se preocupan por el riesgo que implica la celebración de la "inventiva de los consumidores" de la industria de la cultura (especialmente en la periferia). Ellos sostienen que este tipo de argumentos, utilizado para demoler la "gran narrativa del capitalismo" evade "los poderosos temas políticos asociados con la hegemonía global occidental".[37] Sin embargo, este tipo de argumentos expresan una preocupación por cómo el centro se aproxima a la periferia, cuando contrariamente es la periferia la que quiere ir al centro y de hecho ya lo ha logrado, algo que queda demostrado tanto por las cifras de las migraciones nacionales como internacionales. Pero el lugar en que se posicionan estos autores –el centro– desde donde toman la palabra por la periferia y dicen qué es lo que conviene más a esta no debe pasar inadvertido, pues ellos contribuyen a crear también una gran narrativa basada en el conocimiento del experto, que representa una nueva forma de hegemonía global de la academia occidental. Finalmente, el resultado es un debate entre los grandes discursos de poder, la gran narrativa del capitalismo y la gran narrativa de la academia; en este debate de argumentos la voz del consumidor queda relegada a segundo plano.

Sin embargo, mientras escribía este trabajo, me di cuenta de que yo también soy un consumidor, no rural y quizá más privilegiado pero con sueños, fantasías y deseos similares. Así es que mi voz también forma parte de esa explicación, por mi experiencia este semestre estudiando en la academia norteamericana, "país que ocupa un lugar privilegiado en el Imperio".[38] Estudio con un grupo muy internacional: coreanos, canadienses, chinos, taiwaneses, turcos, etcétera. Todos de lu-

36 TSING, Anna. *Friction. An ethnography of global connection.* Nueva Jersey: Princeton University Press, 2005, p. 5.

37 GUPTA, Akhil y James FERGUSON. Op. cit., p. 49.

38 HARDT, Michael y Antonio NEGRI. Op. cit., p. 13.

gares lejanos, todos con nuestros propios idiomas, pero con algo en común, el manejo del idioma inglés para comunicarnos pese a nuestras diferencias. Llevo la clase de Academic Writting para aprender el *academic western style* y poder escribir claro, preciso y conciso, lo que ha hecho que más de una vez me pregunte por qué cuando los estudiantes norteamericanos van a estudiar a Latinoamérica –si acaso lo hacen– no tienen que llevar algún curso para que se adapten a nuestro estilo latino de escritura, *so flowery!* como dicen por acá. Me he preguntado a veces por qué no habré escogido un país latinoamericano para estudiar, en vez de sufrir por no manejar completamente el idioma y por el *shock* cultural que eso me produce. Entusiasmada por la duda hice esta pregunta a una compañera de clase: "¿Por qué decidiste venir de tu país a estudiar a la academia norteamericana?", de su explicación solo recuerdo: "I am a product of colonialism…", lo que me hizo preguntarme: ¿soy yo producto del colonialismo?

Sí lo soy, también del imperio –su nueva forma– y del capitalismo por supuesto, pero a la vez un producto híbrido. El hibridismo es una herramienta de subversión. A través del hibridismo es posible escapar del control del poder colonial –extendiendo la idea, ¿acaso podemos decir del poder del imperio y del capital?– Así, cuando el poder colonial contempla sus objetos discriminados, se empieza a afligir porque no los puede reconocer, en consecuencia, frente al hibridismo el poder colonial está carente de conocimiento. La consecuencia del hibridismo es el miedo de la autoridad colonial, como Bhabha dice: "La amenaza paranoide del hibrido es finalmente incontenible porque quiebra la simetría y la dualidad yo [self] / otro, adentro/afuera".[39]

Yo estaba ayer allá, en el Perú, hoy acá en Estados Unidos, en evidente transnacionalidad. En medio de mis tribulaciones revisaba la página web de Terra-Perú, proveedor del servicio de internet para ver mis mensajes de correo electrónico. Un icono rojo que decía "te pierdes mucho del internet por no saber inglés" llamó mi atención, hice clic y este me condujo hacia la página de la Asociación Cultural Peruano Británica,[40] institución que además de realizar sus actividades culturales es, junto con el Instituto Cultural Peruano Norteamericano[41] uno de los dos más grandes centros de enseñanza del idioma inglés en el Perú. El mensaje que usaba el primero para promocionar sus cursos

39 BHABHA, Hommi. *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial, 2002, p. 145.
40 <http://www.britanico.edu.pe/>.
41 <http://www.icpna.edu.pe/home.htm>.

decía: "Compartiendo dos culturas/ dos idiomas/ una asociación ¿estás listo?"… Listo para hacer el enlace, listo para cruzar el puente. De esta manera me invitaban –como consumidor potencial– a aprender el inglés, que según los datos de la página es uno de los más poderosos del mundo: aproximadamente 337 millones de personas hablan inglés como primer idioma y otras 350 millones de personas lo usan como segunda lengua.

La contundencia de los números presenta a este idioma como la lengua franca de nuestra era, ocupando el lugar que el latín y el griego tuvieron en Europa en algún momento de la antigüedad. Así, su dominio se ha extendido a todas las esferas de la vida incluida la red, produciendo que se hable de *Netglish* (inglés + Internet).[42] La difusión a gran escala del inglés y su hegemonía no es solo una cuestión de prestigio cultural sino sobre todo de prestigio económico. ¿Pero la hegemonía implica una homogeneización? No necesariamente, recordemos la experiencia colonial, el castellano era hegemónico, pero como recuerda López, aun en la década de los ochenta había monolingües en la sierra peruana, y al 2005 aún tenemos población quechua y aymarahablante. Y en lo que se refiere al contexto norteamericano, no todo es inglés, la migración ha producido nuevas variantes híbridas como el *chinglish*, el *japlish*, el *spanglish*.

Retornando a la pregunta inicial: ¿por qué la gente quiere saber inglés, por qué quiere usar internet, por qué quiere aprender computación?, los argumentos que se utilizan son de orden práctico, es decir, por cuestiones laborales, de estudio, de comunicación. Pero en la base hay un argumento de índole política: el deseo de ser diferente,[43] de demostrar el dominio de la lengua del poder y el manejo de un capital lingüístico que nos diferencie de los otros, además con el manejo de las armas del poder se busca invertir la relación dominado-dominante. Sin embargo, como la autoridad del poder colonial se mueve entre el narcisismo (su deseo de ser imitado) y la paranoia (el miedo de ser amenazado por su réplica),[44] la demanda por la adquisición de tales herramientas es denunciada como un simple acto de reproducción, cuando es en realidad un acto de resistencia.

---

42 http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_1238000/1238624.stm

43 Diferente en un sentido general. En un país con tantas necesidades y brechas como el Perú, es posible ser diferente con muy pequeñas cosas. Como por ejemplo, el contar con un par de zapatos, ir a la escuela primaria, o tener un cuaderno para escribir en algunas zonas rurales. El contar con estos bienes constituye una situación de privilegio que marca la diferencia y la posición de un individuo frente a otro.

44 BHABHA, Hommi. Op. cit., pp. 113-116.

Bibliografía

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1993.

ANSIÓN, Juan. "La escuela asustaniños o la cultura andina ante el saber de Occidente". *Páginas*. Vol. XI, núm. 79. Lima: Centro de Estudios y Publicaciones, 1986.

——. "La escuela como trampolín hacia fuera, dentro de una estrategia familiar de largo plazo", en MONTERO, Carmen (comp.). *La escuela rural. Variaciones de un tema*. Lima: FAO, 1990.

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minnesotta: University of Minnesota Press, 2003.

BHABHA, Hommi. *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial, 2002.

DEGREGORI, Carlos Iván. "Cosechando tempestades. Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso en Ayacucho". *Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos y Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, 1996.

——. "Qué difícil es ser Dios", en BONILLA, Heraclio (comp.). *Perú en el fin del milenio*. México DF: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994.

——. "Educación y mundo andino", en ZÚÑIGA, Madeleine; POZZI-SCOTT, Inés y Luis Enrique LÓPEZ (eds.). *Educación bilingüe intercultural. Reflexiones y desafíos*. Lima: Fomciencias, 1991. {en línea]. <http://www.cholonautas. edu.pe/odulo/upload/cid2.pdf>.

——. "Jóvenes y campesinos ante la violencia política: Ayacucho 1980-1983", en URBANO, Enrique (comp.) y Mirko LAUER (ed.). *Poder y violencia en los Andes*. Cusco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas, 1991.

GARCÍA, María Elena. *Making indigenous citizens: identities, and multicultural development in Peru*. Stanford: Stanford University Press, 2005.

GUPTA, Akhil y James FERGUSON. "Beyond 'Culture': Space, Identity, and the Politics of Difference", en GUPTA, Akhil y James FERGUSON (eds.). *Culture, power, place: explorations in critical anthropology*. Durham, N.C.: Duke University Press, 1997.

HARDT, Michael y Antonio NEGRI. *Imperio*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

LÓPEZ, Luis Enrique. "Tengo una muñeca vestida de azul. KUS UKA SINURITA PARLPACHAXA?". *Au-*

toeducacion 10-11. Revista de educación popular. Lima, mayo-septiembre, 1984.

MONTOYA, Rodrigo. *Capitalismo y no-capitalismo en el Perú (un estudio histórico de su articulación en un eje regional).* Lima: Mosca Azul Editores, 1980.

MORÓN, Eduardo. *El Perú y los peruanos frente a la globalización.* Lima: Universidad del Pacífico, 2005. http://www.docentes.up.edu.pe/EMoron/peru_glob.pdf

ORTIZ, Alejandro. "¿Por qué los niños no van a la escuela?" *Educación.* Año II, núm 7. La Revista del Maestro Peruano. Lima: Ministerio de Educación, pp. 50-56, 1971.

TRINIDAD, Rocío. *Entre la ilusión y la realidad. Las nuevas tecnologías en dos proyectos educativos del Estado.* Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2004.

——. "Los conflictos en el espacio escolar: Representaciones mediáticas y percepciones de los implicados". *Para comprender la escuela pública desde sus crisis y posibilidades.* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2004.

——. *Qué aprenden los niños del campo con la televisión? Globalización, socialización y aprendizaje.* Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2002.

TSING, Anna. *Friction. An ethnography of global connection.* Nueva Jersey: Princeton University Press, 2005.

WILSON, Fiona. "Una historia interrumpida: Escuelas y maestros en el Perú", en WILSON, Fiona (ed.). *Violencia y espacio social: Estudios sobre conflicto y recuperación.* Lima: Universidad Nacional del Centro, 1999.